

УДК 658.5

Шкутова О. – ст. гр. БМм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

АУДИТ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЙ

Науковий керівник : Шведа Н.М.

Організація - складна система. Для того щоб вона жила і процвітала, необхідно поєднання багатьох умов, злагоджена робота всіх її частин. Щоб цього добитися, існує управління, менеджмент. Але природа речей така, що незалежно від якості управління все на світі має звичай жити своїм життям, поступово відхиляючись від наміченого плану. Тому, незважаючи на поточний контроль, періодично потрібно проводити аудит, тобто глибокий аналіз кожної складової бізнесу.

У число найбільш важливих складових входить стратегія, тобто план, реалізуючи який, компанія досягає своїх цілей, виконує свою місію. Аудит дозволяє зрозуміти, чи існує в організації чітка й зрозуміла всім стратегія, чи відповідає ця стратегія умов зовнішнього середовища, чи знають про стратегію співробітники, чи діють вони відповідно до неї. У випадку, якщо чіткої стратегії немає, проведення аудиту дозволяє розробити таку стратегію. Аудит бізнес-стратегії складається з трьох етапів. Перший етап - це оцінка зовнішнього середовища. Другий етап - оцінка самої організації. Третій - це інтеграція перших двох етапів, тобто ув'язка можливостей організації з умовами зовнішнього середовища.

Оцінка і аналіз зовнішнього середовища спочатку здійснюється на макрорівні, тобто в загальному плані, не вдаючись в подробиці діяльності окремих фірм - учасників ринку. Потім проводиться детальний аналіз зовнішнього середовища. При детальному аналізі зовнішнього середовища необхідно оцінити конкурентів, споживачів та інших зацікавлених осіб. На завершення всі дані зводяться воедино, визначаються найбільш важливі тенденції та оцінюється їх вплив на конкурентоспроможність компанії. Яким чином компанія може вплинути на зовнішнє середовище? Як буде вона виглядати, якщо їй це вдасться?

Після детальної оцінки зовнішнього середовища необхідно оцінити саму організацію. Оцінка організації проводиться в сім кроків: висвітлення стратегії, вимір життєздатності і стійкості фірми, визначення бізнес-процесів, ідентифікація здібностей, аналіз оргструктури і розподілу ресурсів, оцінка корпоративної культури, інтеграція елементів оцінки організації.

Попередні два етапи - оцінка зовнішнього середовища та оцінка організації - призначені для того, щоб дати можливість розібратися в тому, яким бізнесом займається компанія, що потрібно для досягнення успіху в цьому бізнесі, як спроектувати організацію, котра могла б якісно задовольняти споживачів. Збираючи інформацію про зацікавлених осіб, споживачів, конкурентів, команда аудиту отримує інформацію про зовнішнє і внутрішнє середовище організації. Оцінюючи поточні операції та стратегічні цілі, аудиторі можуть зрозуміти, куди спрямувати ресурси і яким чином узгодити діяльність різних частин фірми, щоб отримати певні переваги.

Аудит націлений на те, щоб зробити прогноз, які фундаментальні зміни можуть відбутися в галузі і яких змін від організації це може зажадати. Головне питання, на яке необхідно відповісти після проведення аудиту: чи відповідає стратегія фірми зовнішнім умов. Якщо відповідає, то які поліпшення можна внести до стратегії для ще більшого задоволення вимог споживачів? Якщо не відповідає, тоді результатом аудиту повинні бути рекомендації щодо зміни стратегії.